

MOTIF PEMIRSA MENONTON PROGRAM ACARA BLAKRA'AN DI JTV

(Studi Deskriptif Motif Pemirsa di Surabaya Menonton Program

Acara Blakra'an di JTV)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana pada

FISIP UPN "Veteran" Jawa Timur



Oleh :

YULIA PUSPITA

0843110282

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2012

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga skripsi dengan judul “MOTIF PEMIRSA MENONTON PROGRAM ACARA BLAKRA’AN DI JTV” (Studi Deskriptif Motif Pemirsa di Surabaya Menonton Program Acara Blakra’an di JTV) dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Dyva Claretta, MSi selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasihat serta motivasi kepada penulis. Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, spiritual, maupun materiil. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. DR. Ir. Teguh Soedarto MP, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dra, Ec, Hj, Suparwati, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Dyva Claretta Msi, selaku pembimbing utama bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian.
4. Ibu Dra. Herlina Suksmawati, MSi, selaku dosen UPN “Veteran” Jatim yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dalam penelitian ini
5. Bapak H. Ir. Didiek Tranggono, MSi, selaku dosen penguji yang sudah memberikan saran dan masukannya untuk hasil skripsi ini.

6. Seluruh karyawan bagian data “Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil” untuk meluangkan waktunya memberikan apa yang penulis inginkan.
7. Bagian T.U Bakesbang Pol Linmas atas dikeluarkannya surat perizinan penelitian.
8. Keluarga, ayah, ibu, dan kakak yang selalu memberikan dukungan dan do’anya dalam keadaan apapun
9. Untuk calon pendamping hidup “Wawan Setya Wicaksana” terima kasih atas kesabarannya dalam membantu memberikan semangat sehingga penulis bisa menyelesaikan proposal ini.
10. Semua orang / pihak yang telah membantu dan memberikan masukan atau kritik kepada penulis namun tidak disebutkan, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya.

Penulis menyadari bahwa di dalam skripsi ini akan ditemukan banyak kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya, dengan segala keterbatasan yang penulis miliki semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak umumnya dan penulis pada khususnya.

Surabaya, 28 Mei 2012

Penulis

ABSTRAKSI

YULIA PUSPITA. MOTIF PEMIRSA MENONTON PROGRAM ACARA BLAKRA'AN DI JTV (Studi Deskriptif Motif Pemirsa di Surabaya Menonton Program Acara Blakra'an di JTV).

Menonton program acara blakra'an di JTV memang selalu menarik perhatian orang yang terlepas dari kejenuhan. Program acara blakra'an itu sendiri adalah sebuah program dokumenter yang berisikan berita ringan (soft news) yang memberikan informasi dan juga wawasan seputar berbagai unsur yang ada di Surabaya, seperti informasi mengenai sejarah, informasi mengenai kebudayaan, informasi mengenai cerita dari potret Surabaya tempo dulu, dan informasi mengenai bahasa Surabaya. Berkaitan dengan hal tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana motif pemirsa Surabaya dalam menonton program acara blakra'an di JTV.

Landasan teori yang digunakan yaitu Teori Uses and Gratifications dimana anggapan dasar dari teori ini menyatakan bahwa teori ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media, tetapi tertarik pada apa yang dilakukan media terhadap orang. Jadi anggota khalayak dianggap aktif menggunakan media massa untuk memenuhi kebutuhannya. Penelitian ini menganalisis fenomena tersebut mengacu pada tiga motif, yaitu motif kognitif, motif identitas personal, dan motif diversifikasi dengan masing-masing indikatornya.

Segmentasi dari penelitian ini adalah para pemirsa yang berusia 18 – 40 tahun bertempat tinggal di Surabaya. Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik cluster random sampling. Teknik pengumpulan data pada tiap motif menggunakan kuesioner yang disebar ke 100 responden, dan analisis data menggunakan analisis deskriptif.

Kesimpulannya, ada tiga motif yang mendasari penonton menyaksikan acara blakra'an di JTV, yaitu motif kognitif, motif identitas personal, dan motif diversifikasi. Dari ketiga motif tersebut yang paling tinggi adalah motif kognitif, hal ini dikarenakan penonton lebih banyak ingin mendapatkan informasi dibandingkan mendapatkan hiburan, sedangkan motif yang terendah adalah motif identitas personal, karena hanya terdapat 5 pertanyaan saja pada motif ini, dan pemirsa cenderung menginginkan suatu hiburan dan informasi daripada hanya sekedar menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau khalayak sendiri.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
ABSTRAKSI	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Kegunaan Penelitian.....	12

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori.....	14
2.1.1. Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa.....	14
2.1.2. Awal Mula dan Perkembangan Televisi Lokal.....	16
2.1.3. Blakra'an.....	18

2.1.4. Pemirsa Sebagai Khalayak Aktif.....	21
2.1.5. Pengertian Motif.....	22
2.1.6. Teori Uses and Gratifications.....	25
2.2. Kerangka Berpikir.....	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional.....	32
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	38
3.2.1. Populasi.....	38
3.2.2. Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	38
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4. Teknik Analisis Data.....	44

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	45
4.1.1. Sejarah Perkembangan JTV	45
4.1.2. Gambaran Umum Acara Blakra'an	48
4.2 Penyajian dan Analisis Data	51
4.2.1. Karakteristik Responden	51
4.2.2. Motif Responden	57
4.3 Pembahasan	81

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	93

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel II.1 Bagan Teori Uses and Gratifications	28
Tabel II.2 Bagan Kerangka Berpikir	31
Tabel III.1 Diagram Teknik Penarikan Sampel	40
Tabel III.2 Tabel Jumlah Populasi Tiap Kecamatan	40
Tabel III.3 Tabel Jumlah Sampel Tiap Kelurahan	43
Tabel IV.1 Tabel Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel IV.2 Tabel Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel IV.3 Tabel Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	53
Tabel IV.4 Tabel Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	54
Tabel IV.5 Durasi Menonton Acara Blakra'an di JTV	56
Tabel IV.6 Tabel Seberapa Sering Menonton Blakra'an	57
Tabel IV.7 Motif Ingin Mendapat Informasi Sejarah	58
Tabel IV.8 Motif Ingin Bernostalgia	59
Tabel IV.9 Motif Ingin Memperoleh Informasi Budaya	60
Tabel IV.10 Motif Ingin Mempelajari bahasa Surabaya	62

Tabel IV.11	Tingkat Motif Kognitif	64
Tabel IV.12	Motif Ingin Menunjukkan Sejarah Sebagai Identitas	65
Tabel IV.13	Motif Ingin Menunjukkan Budaya Orang Surabaya	67
Tabel IV.14	Motif Ingin Memperkuat Cerita Dalam Foto	69
Tabel IV.15	Motif Ingin Menggunakan Bahasa Sebagai Identitas	70
Tabel IV.16	Tingkat Motif Identitas Personal	72
Tabel IV.17	Motif Ingin Mengunjungi Bangunan Cagar Budaya	73
Tabel IV.18	Motif Ingin Mengunjungi Tempat Wisata	75
Tabel IV.19	Motif Ingin Berbagi Ilmu Bahasa	76
Tabel IV.20	Motif Ingin Menikmati Kesenian Surabaya	78
Tabel IV.21	Tingkat Motif Diversi	79
Tabel IV.22	Rekapitulasi Motif	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Permohonan Pengisian Kuesioner
Lampiran 2	Lembar Kuesioner
Lampiran 3	Rekapitulasi Identitas Responden
Lampiran 4	Rekapitulasi Motif Kognitif
Lampiran 5	Rekapitulasi Motif Identitas Personal
Lampiran 6	Rekapitulasi Motif Diversi
Lampiran 7	Data Skor Jawaban Responden
Lampiran 8	Bukti Perijinan Dari Bakesbang Linmas

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kehidupan manusia tidak terlepas dari ruang lingkup komunikasi. Dalam konteks manusia sebagai makhluk sosial, maka komunikasi tidak saja sebagai alat untuk melakukan kontak hubungan dengan antar individu, namun komunikasi juga merupakan alat bagi manusia untuk bertahan hidup.

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk menyampaikan informasi atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara langsung, lisan, maupun tidak langsung melalui media. (Effendy, 2004:5)

Dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sedemikian pesat secara langsung maupun tidak langsung akan berakibat terhadap perubahan peradaban manusia. Perubahan tersebut dapat membawa ke arah positif maupun negatif. Disadari atau tidak, dengan semakin berkembangnya teknologi komunikasi yang ada, dapat digunakan oleh seorang pemasar untuk menimbulkan image dalam benak calon konsumen bahwa produk yang mereka tawarkan akan memberikan sesuatu yang lebih bagi calon konsumen tersebut.

Kehadiran media massa adalah salah satu gejala yang menandai kehidupan masyarakat modern. Memasuki penghujung dasawarsa 1990-an masyarakat seolah-olah diserbu di setiap penjuru waktu oleh berita,

hiburan, atau informasi yang mengalir begitu saja dari berbagai media massa. Mulai dari media cetak, seperti surat kabar, majalah, buku, sampai media elektronik seperti televisi, radio, bahkan internet. Hampir setiap hari selalu ada informasi terbaru yang disajikan oleh media massa. Perkembangan teknologi yang sedemikian canggih dalam penggunaan teknologi dan sistem elektronik modern, membuat semakin terbukanya saluran komunikasi dalam masyarakat yang akhirnya menggiring masyarakat ke abad informasi atau Alvin Toffler dalam Muchtar (2000:86) menyebutnya sebagai “Gelombang Ketiga”, yaitu gelombang kemajuan teknologi informasi akan mengalami puncaknya di awal milenium ketiga yang tidak bisa dielakkan lagi. Hal ini merupakan era dimana masyarakat menjadi sangat membutuhkan media dan menimbulkan ketergantungan terhadap media.

Harold A Innis dalam Littlejohn (1996:266) mengatakan bahwa komunikasi media adalah perpajangan dari pikiran manusia. Media massa inilah yang dapat mewakili dalam mengetahui sesuatu. Fungsi-fungsi yang dapat dijalankan oleh media massa di jaman modern ini memungkinkan anggota masyarakat dapat memenuhi semua hal (informasi, hiburan, pendidikan, dll) tanpa harus memindahkan tubuhnya kesana kemari.

Dari beberapa media massa yang ada, salah satu media yang dibutuhkan masyarakat adalah media televisi. Televisi hanyalah salah satu komponen media massa, seperti halnya surat kabar, dan radio. Tetapi jika dibandingkan dengan media lain, televisi mempunyai banyak kelebihan,

diantaranya bersifat auditif (merangsang indera pendengaran) sekaligus bersifat visual (merangsang indera penglihatan) dan media ini juga mampu menampilkan gambar-gambar bergerak dari realitas empiris.

Nyaris semua karakteristik yang dimiliki oleh media massa terdapat dalam televisi. Penggunaannya oleh masyarakat bisa bermacam-macam, mulai dari sebagai instrument untuk memperoleh hiburan, informasi, pendidikan, sosialisasi pembangunan sampai dengan sekedar menghabiskan waktu luang.

Televisi telah hadir dengan segala acaranya yang berisi pesan-pesan pilihan dari pihak produser atau pengelola stasiun televisi, sehingga khalayak dihadapkan dengan banyaknya pilihan program acara yang disajikan di televisi. Khalayak atau pemirsa akan lebih selektif dalam menonton suatu acara yang sekiranya sesuai dengan kebutuhan. Sebagaimana yang dikatakan oleh Melvin Defleur dan Mc Andrews dalam Depari (1998:5) bahwa individu-individu sebagai anggota khalayak sasaran media menaruh perhatian kepada pesan-pesan, terutama jika berkaitan dengan kepentingannya.

Media televisi mempunyai daya tarik lebih tinggi dibandingkan dengan radio yang sifatnya auditif (hanya dapat didengarkan), sedangkan televisi bersifat audio visual, selain dapat didengarkan juga dapat dilihat, dan segala sesuatunya berlangsung “hidup” seolah-olah khalayak berada di tempat peristiwa yang disiarkan oleh pemancar televisi itu (Effendy, 1992:94).

Munculnya media televisi dalam kehidupan manusia memang menghadirkan suatu peradaban, khususnya dalam proses komunikasi dan informasi yang bersifat massa. Globalisasi komunikasi dan informasi setiap media massa jelas melahirkan suatu efek sosial yang bermuatan perubahan nilai-nilai sosial dan budaya manusia.

Televisi sebagai media yang muncul belakangan dibanding media cetak dan radio ternyata memberikan nilai yang sangat spektakuler dalam sisi-sisi pergaulan hidup manusia saat ini. Kemampuan televisi dalam menarik perhatian massa menunjukkan bahwa media tersebut telah menguasai jarak secara geografis dan sosiologi. Televisi telah menjelma menjadi teleskop atau jendela dunia tempat kita bisa menyaksikan semua peristiwa, baik itu di bidang politik, ekonomi, pendidikan, sosial dan budaya dari luar maupun dalam negeri.

Daya tarik media televisi begitu besar, sehingga pola-pola kehidupan rutinitas manusia setelah adanya televisi berubah total. Media televisi telah menjadi panutan baru (*new religius*) bagi kehidupan manusia. Tidak menonton televisi sama saja dengan makhluk buta yang hidup dalam keterasingan.

Pada akhirnya media televisi mampu menjadi alat atau sarana untuk mencapai tujuan hidup manusia, baik untuk kepentingan politik maupun perdagangan, bahkan mampu melakukan perubahan ideologi serta tatanan budaya manusia yang sudah ada sejak lama.

Seiring dengan perkembangan jaman, dunia pertelevisian di Indonesia berkembang pesat, yaitu dengan munculnya 11 stasiun televisi swasta yang mengudara, antara lain: RCTI, SCTV, TPI, ANTV, METRO TV, TRANS TV, GLOBAL TV, TV 7 yang pada akhir 2006 telah berganti nama menjadi TRANS 7, dan LATIVI yang pada tahun 2008 telah berganti nama menjadi TV ONE, ditambah dengan kehadiran TV Lokal, seperti JTV, SBO TV, Arek TV, MNC TV yang merupakan stasiun lokal Jawa Timur.

Munculnya banyak stasiun televisi, membuat khalayak dihadapkan pada program acara yang disajikan oleh para pengelola stasiun tersebut. Khalayak atau pemirsa akan lebih selektif dalam menonton suatu acara yang sekiranya sesuai dengan kebutuhannya. Banyaknya pilihan program acara mengenai berbagai macam informasi-informasi yang aktual, baik lokal, nasional, maupun internasional yang meliputi berbagai bidang kehidupan yang ada di masyarakat, baik politik, ekonomi, sosial, budaya, hukum, dan lain-lain.

Oleh karena itu, ketika muncul televisi lokal situasinya tidak jauh berbeda. Stasiun televisi lokal juga berusaha bersaing mengemas sajian acara yang menarik untuk dapat disaksikan pemirsa televisi. PT Jawa Pos Media Televisi (JTV) seperti yang dilansi oleh situs wikipedia merupakan televisi swasta regional pertama di Indonesia, yang kemudian diikuti oleh TV lokal lainnya di berbagai daerah di Indonesia, prospek ini didukung pula dengan adanya UU No 32/Th.2002 tentang Penyiaran Berjaringan

dan Peraturan Menkominfo No 32/Per/M.Kominfo/12/2007 mengenai penerapan sistem jaringan lembaga jasa penyiaran televisi dimana lembaga penyiaran stasiun televisi nasional akan dihapuskan menjadi stasiun tv berjaringan atau stasiun tv lokal (Jawa Pos, 20 Februari 2009). Televisi berjaringan dimaksudkan agar terjadi desentralisasi penyiaran dan tidak lagi ada sentralisasi penyiaran yang hanya berada di Jakarta. Tujuannya, agar semua aspek budaya dan SDM maupun sumber daya ekonomi bisa dimasukkan dalam lembaga penyiaran yang bersifat lokal sehingga dengan adanya sistem berjaringan, diharapkan lembaga penyiaran TV nasional akan membuat stasiun TV lokal di daerah-daerah, mampu memberdayakan potensi SDM maupun ekonomi lokal.

Akan tetapi tv lokal Surabaya yang on-air saat ini harus mampu mencadangkan modal 2 hingga 5 kali lipat dari modal awal agar bisa survive dan dapat berkembang sehat. Untuk menjadi kuat, maka TV lokal harus efisien. TV lokal harus mampu menekan biaya produksi program lokal. Hal ini disebabkan masih terlalu rendahnya harga iklan yang diraih TV lokal. Tragisnya, sudah harga iklannya rendah, lahan itu juga diserbu dan diperebutkan TV nasional yang memiliki jangkauan lebih luas. (<http://surochiem.blogspot.com/2011/03/survivalitas-tv-tv-lokal-surabaya.html>)

Segmen utama JTV adalah dari kelompok status ekonomi sosial yang berasal dari kalangan menengah ke bawah, karena target dari JTV adalah untuk lebih dekat dengan masyarakat kalangan tersebut, sedangkan

karakter profil pemirsanya memiliki karakter khas masyarakat Jawa Timur yaitu: bersifat dinamis memiliki fanatisme tinggi terhadap budayanya, solidaritas yang kuat, lugas dan ekspresif, memiliki keingintahuan yang tinggi, senang terlibat dengan acara televisi, dan agamis.

Jangkauan siaran JTV meliputi seluruh wilayah Jawa Timur, mulai dari wilayah siaran Surabaya dan sekitarnya, Malang dan sekitarnya, Kediri dan sekitarnya, Magetan dan sekitarnya, Tuban dan sekitarnya, Jember dan sekitarnya, Banyuwangi dan sekitarnya, Tulungagung dan sekitarnya, sebagaimana ditetapkan oleh keputusan Menteri Perhubungan Nomor KM76 tahun 2003 tentang rencana induk (Master Plan) Frekuensi Radio penyelenggara Telekomunikasi Khusus untuk keperluan televisi siaran analog pada pita Ultra High Frequency (UHF).

Dipilihnya JTV menjadi objek penelitian karena JTV merupakan TV lokal pertama di Jawa Timur dan merupakan TV lokal terbesar dengan jangkauan terluas dibandingkan dengan beberapa TV lokal yang ada di Jawa Timur maupun TV lokal yang ada di Surabaya, seperti: SBO, Arek TV, Spacetoon, BC TV.

Program acara Blakra'an di JTV merupakan sebuah acara dokumenter yang ditayangkan setiap hari Selasa dan Kamis setelah tayangan berita pojok kampung di JTV pada +/- pukul 21.40 – 22.00. Program blakra'an ini pertama kali tayang di JTV pada tanggal 09 Mei 2011, dan sempat menduduki 10 besar program unggulan yang ada di JTV. Target blakra'an adalah pemirsa Jawa Timur, khususnya Surabaya dan

program ini pernah mendapatkan penghargaan adiwarta pada bulan November 2011.

Dokumenter sendiri adalah program informasi yang bertujuan untuk pembelajaran dan pendidikan, namun disajikan dengan menarik. Misalnya program dokumenter yang menceritakan mengenai suatu tempat, kehidupan, ataupun sejarah seorang tokoh atau kehidupan atau sejarah suatu masyarakat atau kehidupan, dan sebagainya. Gaya atau penyajian dokumenter sangat beragam dalam hal teknik pengambilan gambar, teknik editing, dan teknik penceritaannya, mulai dari yang sederhana hingga yang tersulit.

Dengan durasi +/- 20 menit Cak Albaroyo - host (Ahli Bahasa Suroboyo) mengajak pemirsa untuk menelusuri dan menggali jejak sejarah, nostalgia, bahasa, dan budaya kota Surabaya. Banyak sekali bangunan bersejarah yang ada di Surabaya yang bisa menjadi cagar budaya dan patut di lestarikan, karena dibalik bangunan nya yang tua dan dingin, dahulu nya terdapat banyak cerita dan saksi bisu kemerdekaan masyarakat Surabaya. Dan bangunan – bangunan tersebut sepertinya lambat laun kurang diperhatikan oleh masyarakat Surabaya khususnya, sehingga hal ini bisa berakibat hilangnya / lunturnya pengetahuan warga Surabaya terhadap aset penting yang dimiliki Surabaya.. Disini cak Albaroyo dalam program acaranya “blakra’an” mengajak para pemirsa untuk menelusuri jejak sejarah kota Surabaya, diharapkan agar para pemirsa Surabaya dapat mengetahui sedikit / banyak informasi tentang

sejarah kebudayaan atau bangunan-bangunan tua yang ada di Surabaya dengan menggunakan bahasa khas Surabaya agar lebih familiar di telinga pemirsa.

Konsep dari program acara Blakra'an didasari bahwa potensi kebudayaan, sejarah, dan bahasa Surabaya khususnya patut untuk dipelajari, dipahami, dan dilestarikan yang kemudian bisa untuk diberitahukan / diinformasikan kepada para pemirsa bahwa Surabaya adalah kota yang memiliki beberapa cerita dan keunikan baik itu berupa bangunan tua ataupun bahasanya yang patut untuk dijadikan edukasi untuk generasi muda selanjutnya, agar aset yang dimiliki Surabaya ini tidak luntur oleh perkembangan zaman yang semakin modern seperti sekarang ini.

Tujuan utama program acara Blakra'an di JTV adalah sebagai sarana edukasi yang bisa memberikan informasi kepada masyarakat Surabaya tentang sejarah kota Surabaya. Program acara Blakra'an disiarkan setiap Selasa dan Kamis setelah tayangan berita pojok kampung dengan durasi +/- 20 menit dari pukul 21.40 hingga 22.00 WIB. Segmentasi penonton acara Blakra'an adalah para pemirsa yang berusia 18 – 40 tahun yang bertempat tinggal di Surabaya.

Pemilihan program acara blakra'an sebagai objek penelitian dikarenakan acara ini merupakan satu-satunya program berita (soft news) yang diproduksi oleh JTV yang menyajikan sebuah berita yang kocak,

ringen, tetapi padat akan pengetahuan tentang sejarah dan budaya Surabaya dan sekitarnya dengan menggunakan bahasa khas asli Surabaya.

Sementara dipilihnya kota Surabaya sebagai lokasi penelitian karena program acara blakra'an adalah satu-satunya program acara tv lokal yang menyuguhkan sejarah wilayah Surabaya dan sekitarnya dengan menggunakan bahasa khas Surabaya yang sesuai dengan budaya lokal setempat, selain itu Surabaya menempati posisi tertinggi untuk jumlah penonton tayangan ini, selain sidoarjo, tanggulangin, malang.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang motif pemirsa terhadap program acara blakra'an di JTV. Ketertarikan itu dilandasi bahwa potensi kebudayaan, sejarah, dan bahasa Surabaya khususnya patut untuk dipelajari, dipahami, dan dilestarikan yang kemudian bisa untuk diberitahukan / diinformasikan kepada para pemirsa bahwa Surabaya adalah kota yang memiliki beberapa cerita dan keunikan yang patut dijadikan edukasi untuk generasi muda selanjutnya. Tentunya motif antara satu individu dengan individu yang lain tidak ada yang sama, sehingga aktifitas penggunaan media dan tujuan akhir yang diperolehpun tidak ada yang sama. Individu bebas dalam memilih dan menggunakan media beserta isinya atau sumber – sumber rujukan lain untuk mencapai tujuan akhir yaitu untuk memenuhi kebutuhannya akan sebuah informasi dan hiburan beragam acara di televisi yang menyajikan berbagai informasi, baik yang dikemas dalam bentuk formal maupun

dikemas menghibur yang seolah menjadi alternatif pilihan bagi para pemirsa.

Penelitian motif pemirsa terhadap program acara Blakra'an ini akan difokuskan pada pendapat Blumer, J.G dalam (Rahmat 2007 : 66), yakni:

1. Motif Kognitif : Motif ini berkaitan dengan keinginan individu untuk memenuhi kebutuhan selain informasi, mengeksplorasi realitas atau surveillance.
2. Motif Identitas Personal : Motif yang berkaitan dengan keinginan individu menggunakan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan.
3. Motif Diversi : Motif ini berkenaan dengan keinginan individu akan kebutuhan pelepasan sari tekanan dan kebutuhan akan hiburan.

Objek dalam penelitian ini adalah para pemirsa yang berusia di atas 18 – 40 tahun. Dipilihnya pemirsa yang berusia di atas 18 – 40 tahun sebagai responden karena segmentasi pemirsa blakra'an adalah usia 18 tahun ke atas, selain itu menurut Prof. Dr. M. Djawad Dahlan menyatakan bahwa secara psikologis pada masa tersebut merupakan permulaan awal masa dewasa, emosinya mulai stabil, pemikirannya mulai matang, dan bisa bersifat lebih bijak lagi untuk menanggapi suatu permasalahan yang ada di lingkungan sekitarnya.

Sesuai dengan pendekatan Uses and Gratification bahwa model ini tidak tertarik dengan apa yang dilakukan media pada diri orang, tetapi

model ini tertarik pada apa yang dilakukan orang pada media. Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dari sinilah timbul Uses and Gratification, penggunaan dan pemenuhan kebutuhan (Rahmat, 2007:65)

1.2 Perumusan Masalah

Dari berbagai uraian berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana motif pemirsa Surabaya dalam menonton program acara “Blakra’an” di JTV.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana motif pemirsa Surabaya dalam menonton program acara “Blakra’an” di JTV.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Memberikan sumbangsih kajian ilmu komunikasi mengenai penelitian Uses and Gratification khususnya tentang motif pemirsa menggunakan media massa pada umumnya dan media elektronik, khususnya program acara blakra’an di JTV, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai bahan masukan atau bahan referensi yang berguna untuk kegiatan penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

- a. Memberikan wawasan dan peningkatan pengetahuan remaja metropolis dan masyarakat Surabaya
- b. Memberikan masukan pada pihak JTV terhadap program yang ada untuk mengembangkan JTV agar lebih sesuai dengan harapan serta keinginan penonton.